

идентификации инновационного, открытого, позитивного и стремительно развивающегося региона.

#### Список литературы

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: экспресс-курс, пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. СПб. : Питер, 2004. С. 201.
2. Лавров А. М., Сурнин В. С. Реформирование экономики: региональные аспекты. Региональный маркетинг и тенденции его развития. Кемерово: Кузбассвуиздат, 2007. С. 62.
3. Арженковский И. В. Маркетинг регионов. М.: Юнити-Дана, 2010. С. 25.
4. Панкрухин А.П. Территориальный маркетинг // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. № 6. С. 4.
5. Маркетинг территории: от теории к практике // Территория и планирование. 2010. № 4. С. 10.
6. Осташков А. С. Маркетинг территории как социальный процесс // Власть. 2012. № 12. С.9.
7. Кузнецова А. Социальные системы и процессы: методология исследования. Изд-во ВГУ, 2004. С. 136.

*И. А. Ильиных, Н. Н. Махова*

#### НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

2013 год – юбилейный год для Конституции Российской Федерации. 20 лет назад народом России был принят основной закон, закрепивший, в числе прав и свобод человека и гражданина, право на осуществление предпринимательской деятельности [1, с. 7]. Только через 14 лет после принятия Конституции РФ появился Федеральный закон от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», определяющий государственную политику в области развития малого и среднего предпринимательства как составную часть государственной социально-экономической политики [2, ст. 7].

Следует отметить, что прошло достаточно много времени с момента провозглашения права на предпринимательскую деятельность в России до принятия Федерального закона, устанавливающего цели и основные принципы государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства, а также особенности нормативно-правового регулирования в данной области.

В связи с этим, хотелось бы понять: какое место в многообразии нормативно-правовых актов России, посвященных этому вопросу, занимает Федеральный закон от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ и какие меры принимаются государством для достижения целей, поставленных этим законом.

Сфера малого и среднего предпринимательства является важной сферой для экономики любой страны. В США две трети рабочих мест созданы структурами и компаниями, принадлежащими к категориям малого и среднего бизнеса [3, с. 7]. В Испании в сфере услуг (63 % ВВП страны в 2011 году) задействовано более 50 % малых предприятий [4, с. 7]. В России доля малого бизнеса в ВВП на 2011 год составляла около 20 % [5, с. 7].

Учитывая высокую роль малого бизнеса в формировании ВВП страны, а также то обстоятельство, что малый бизнес присутствует преимущественно во всех сферах жизнедеятельности населения, государству необходимо устанавливать четкие правила регулирования взаимоотношений, возникающих из деятельности малого и среднего предпринимательства.

При этом содержание Федерального закона от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ свидетельствует о том, что данный нормативно-правовой акт является только своеобразным «указателем» в вопросах регулирования предпринимательской деятельности. В нем закреплены цели и принципы государственной политики, особенности нормативно-правового регулирования, полномочия органов государственной власти, органов государственной власти субъектов федерации и органов муниципальной власти, даны понятия субъекта малого и среднего предпринимательства, приведены формы поддержки предпринимательства, формы взаимодействия предпринимательства с органами власти разных уровней.

В тоже время конкретизацию норм Федерального закона от 24 июля 2007 года №209-ФЗ мы можем увидеть в других нормативно-правовых актах.

К таким примерам следует отнести Федеральный закон от 26 декабря 2008 года № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля», предусматривающий необходимые меры по обеспечению прав и законных интересов субъектов малого и среднего предпринимательства; Федеральный закон от 03 декабря 2012 г. № 216-ФЗ «О федеральном бюджете на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов», предусматривающий объем финансирования мероприятий по поддержке малого предпринимательства.

Следует отметить, что объем финансирования мероприятий по развитию малого и среднего предпринимательства на 2013 год составит 21 140 000 тыс. рублей [6, с. 7], что в семь раз больше объема финансирования данной сферы в 2008 году [7, с. 7].

Очевидно, что такое внимание к развитию и поддержке предпринимательства в России со стороны государства обусловлено активной позицией самого предпринимательского сообщества, а именно общественных организаций, являющихся представителями предпринимателей в диалоге с властью.

Очередной инициативой предпринимательского сообщества, поддержанной главой государства, является введение в Российской Федерации института уполномоченного по защите прав предпринимателей. В настоя-

щее время ведется разработка Федерального закона, закрепляющего полномочия омбудсмена.

Степень участия малого бизнеса в реализации государственной политики развития малого и среднего предпринимательства заметно возрастает, что нашло свое подтверждение в Указе Президента Российской Федерации от 10 сентября 2012 года № 1276 «Об оценке эффективности деятельности руководителей федеральных органов исполнительной власти и высших должностных лиц (руководителей высших исполнительных органов государственной власти) субъектов Российской Федерации по созданию благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности» [8, ст. 7].

Оценку эффективности деятельности представителей государственной власти в данном случае дает исключительно само предпринимательское сообщество.

Между тем «вовлечение» предпринимательского сообщества в процедуру оценки свидетельствует о несовершенстве законодательства, регулирующего вопросы, связанные с обеспечением в Российской Федерации благоприятного климата для осуществления предпринимательской деятельности.

В тоже время Правительством Российской Федерации реализуются мероприятия для исправления существующих пробелов. В частности, во исполнение Указа Президента Российской Федерации от 07 мая 2012 года № 596, которым предусмотрен перечень мер по улучшению климата для ведения предпринимательской деятельности и повышению инвестиционной привлекательности [9, ст. 7], проработаны «дорожные карты», в результате реализации которых будут разработаны новые нормативно-правовые акты, ликвидирующие имеющиеся пробелы.

Наглядным примером в данном случае является План мероприятий («дорожная карта») «Улучшение предпринимательского климата в сфере строительства», целями которого является сокращение количества процедур, необходимых для реализации инвестиционно-строительных проектов, совокупного времени их прохождения, снижение необходимых для этого расходов, а также развитие рынка аренды жилья [10, ст. 7].

Как уже указывалось выше, нормативно-правовое регулирование в области развития малого и среднего предпринимательства остается несовершенным. Одновременно с этим остаются несовершенными меры государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства.

Между тем, предлагая малому бизнесу оценивать эффективность работы государственных органов власти, власть предлагает обратную связь для подтверждения правильности заданных векторов развития политики в этой области.

Таким образом, возвращаясь к вопросам, поставленным в начале работы, можно сделать вывод о том, что принятие Федерального закона от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ стало новым толчком в развитии государствен-

ной политики в сфере развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации, а положения закона заложили фундамент в системе нормативно-правового регулирования в данной области. Следует подчеркнуть, что такая основа должна быть правильно использована в разработке новых законов, улучшающих климат для ведения предпринимательской деятельности в России.

#### Список литературы

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года // Российская газета. 1993. 25 декабря.
2. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ (в ред. от 06 декабря 2011 г.) // Российская газета. 2007. 31 июля; Российская газета. 2011. 9 декабря.
3. Калинин А. В. Анализ развития и состояние малого и среднего бизнеса в мире. [Электронный ресурс]. Режим досупа: <http://creativeconomy.ru> (дата обращения 25.01.2013).
4. Общая характеристика экономики. [Электронный ресурс]. Режим досупа: <http://www.rusiaspain.com> (дата обращения 25.01.2013).
5. Доля малого бизнеса в ВВП России остается небольшой: «Опора России». [Электронный ресурс]. Режим досупа: <http://rcsme.ru> (дата обращения 25.01.2013)
6. О федеральном бюджете на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов: Федеральный закон от 03 декабря 2012 г. № 216-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2012. № 50 (ч. 1, 2, 3, 4) ст. 6939.
7. О федеральном бюджете на 2008 год и плановый период 2009 и 2010 годов: Федеральный закон от 24 июля 2007 года № 198-ФЗ «» (с изм. от 08 ноября 2008 г.) // Российская газета. 2007. 3, 7, 8, 10, 11, 14, 15, 16, 21, 22 августа; Российская газета. 2008. 11 ноября.
8. Об оценке эффективности деятельности руководителей федеральных органов исполнительной власти и высших должностных лиц (руководителей высших исполнительных органов государственной власти) субъектов Российской Федерации по созданию благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности: Указ Президента Российской Федерации от 10 сентября 2012 года № 1276 // Собрание законодательства РФ. 2012. № 38 ст. 5068.
9. О долгосрочной государственной экономической политике: Указ Президента Российской Федерации от 07 мая 2012 г. № 596 // Собрание законодательства РФ. 2012. № 19 ст. 2333.
10. План мероприятий («дорожная карта») «Улучшение предпринимательского климата в сфере строительства»: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 16 августа 2012 № 1487-р // Собрание законодательства РФ. 2012. № 35 ст. 4849.